MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA VISUAL

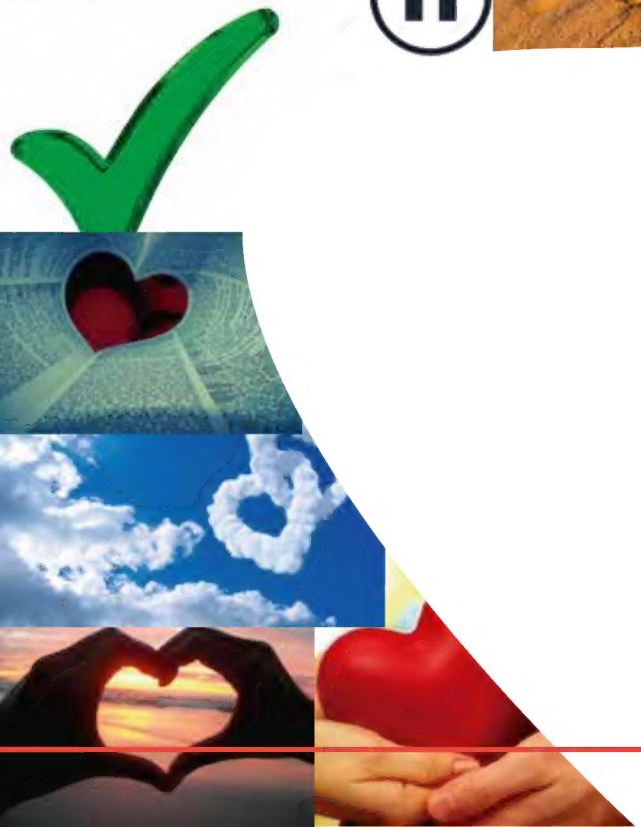
ÍNDICE

Sustento Gráfico 04
Conceptos 05
Síntesis 07
Componentes de la marca 09
Variaciones 11
Construcción Gráfica 13
Proporciones 15
Área de protección 17
Reproducción 19
Usos correctos 21
Paleta de color 24
Tipografía 26
Aplicación de marca 28
Merchadesing 30
Papelería corporativa 35
Aplicación de papelería 41

MARCA GRÁFICA

MARCA GRÁFICA

II



SUSTENTO CREATIVO

- El actual logo tiene un problema de comunicación que es con el nombre de la marca que es love y eso es lo que falta reflejar en el isotipo y también en la tipografía es muy delgada lo cual no va acorde con la cafetería.

- El rediseño: Se rediseñó el logotipo en el cual se agrego un corazón para reflejar la palabra Love del logotipo y se puso una taza en vista frontal en ves de vista aérea como en la versión anterior para que asi se mas claro el mensaje y a las lineas que significan pausa le pusimos curvas para que represente el vapor del café caliente.

- Para elaborar el isotipo nos basamos como referencia a 3 conceptos que maneja la cafeteria, estas son la calidad del café, el amor por el café y el break. Y lo representamos con 3 imagenes que es el corazón, el simbolo de pausa y

CONCEPTOS

CORAZÓN

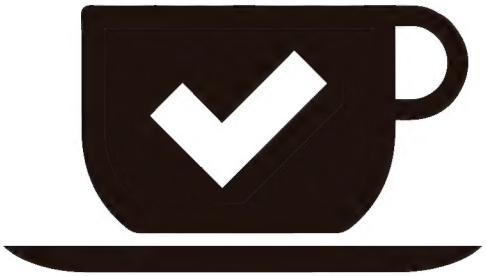
- El corazon: Representa el amor por el café que tienen todos lo que trabajan en la cafeteria y es lo que queremos trasmitir. llevamos la marca en el corazon y preparamos el café con amor para nuestros clientes.

TIEMPO

- Nos tomamos nuestro tiempo para que ustedes disfruten por mas tiempo nuestro delicioso café. Al mismo tiempo nuestro local es el lugar perfecto para tomarse una pausa, un descanso o un break y que mejor acompañado de un delicioso café.

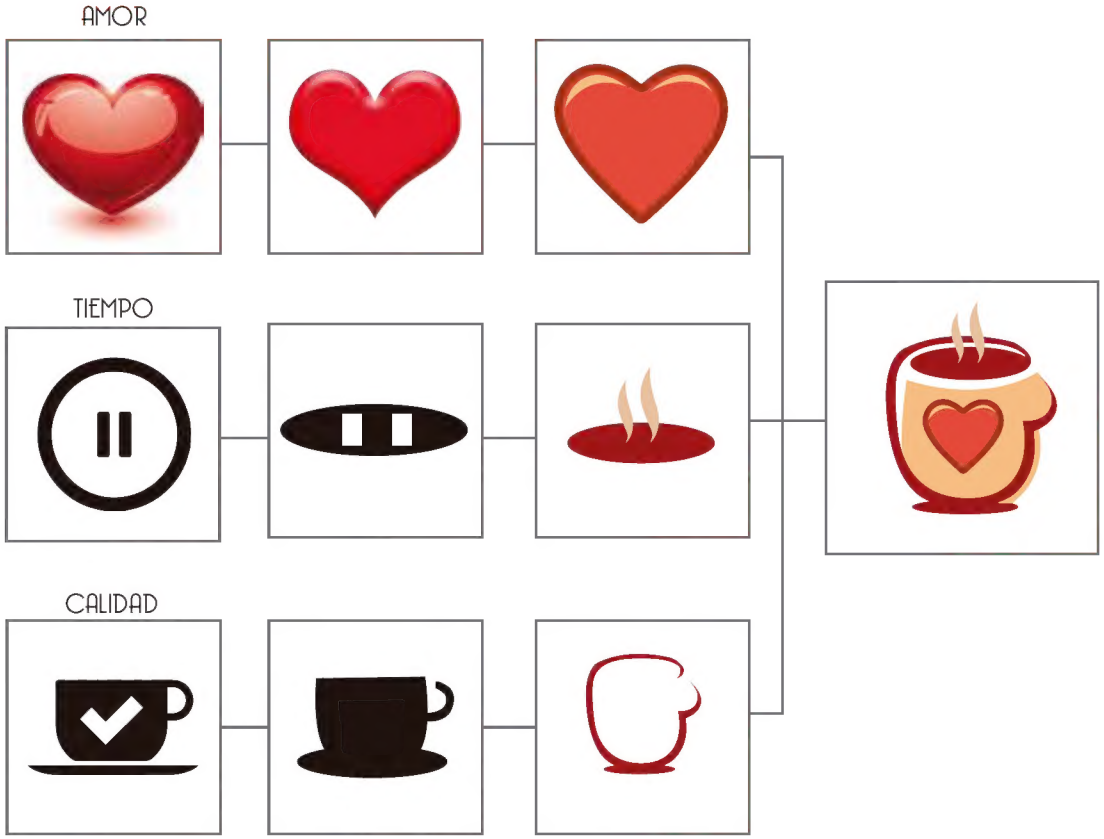
CALIDAD

- La taza con el check representa la calidad ya que para un buen café, este tiene que pasar con varios estándares de calidad y nuestro producto es aprobado por control de calidad ISO 9001



lovebreak
café

SINTESIS



COMPONENTES DE LA MARCA

COMPONENTES DE LA MARCA

ISOTIPO

- En este isotipo como lo dijimos anteriormente nos basamos en 3 conceptos que tiene la cafetería que son Amor, tiempo y calidad. Lo cual son los tres principales que esta tiene.

TIPO

- El logotipo es el conjunto de dos de los conceptos que tenemos que son love(amor) por el café y break, lo cual nos referíamos a que nuestro local es perfecto para hacer una pausa o un descanso (break).

lovebreak
café

VARIACIONES

VARIACIONES

MARCA BÁSICA

- Agrupa de arriba hacia abajo de manera centrada al logotipo.

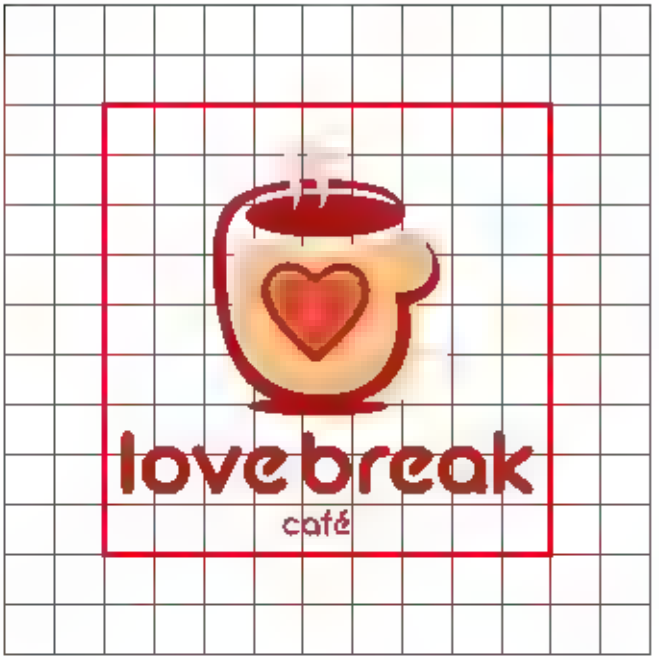
MARCA VERTICAL

- Reune al isotipo y logotipo.

REJILLA

- Aquí veremos los espacios que ocupa el logotipo en conjunto.

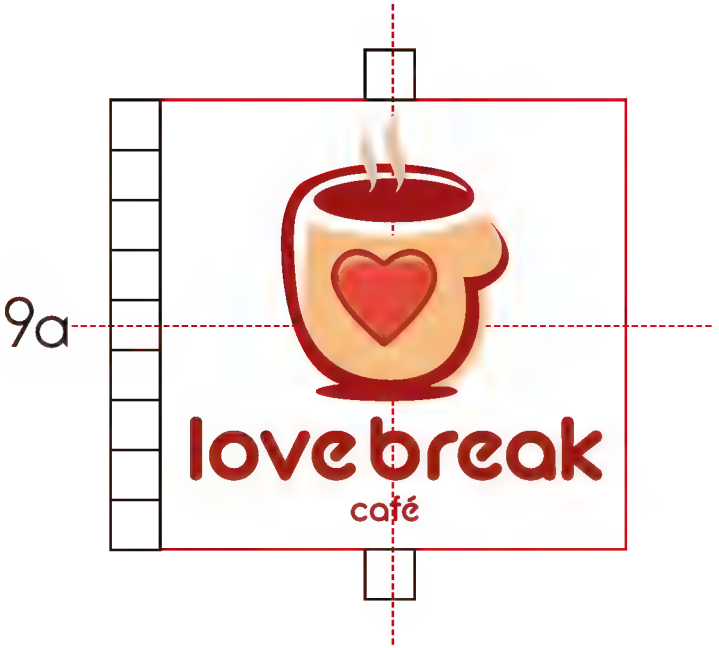
ELEMENTO REFERENTE



PROPORCIONES

ELEMENTO REFERENTE

- Este espacio en blanco garantiza la perfecta lectura del logo. y ningún elemento externo podria ingresar a ese espacio



ÁREA DE PROTECCIÓN

ÁREA DE PROTECCIÓN

ÁREA DE RESERVA GRÁFICA

- Este espacio en blanco garantiza la perfecta lectura del logo. y ningun elemento invadira dicho espacio

ELEMENTO REFERENTE

- Este espacio en blanco garantiza la perfecta lectura del logo. y ningun elemento invadira dicho espacio

1a

1a

REPRODUCCIÓN

REPRODUCCIÓN MÍNIMA

- Para asegurar la visibilidad y el impacto de la reproducción de la marca, el tamaño mínimo de la marca es de 2.3cm x 2.3cm medida que va desde la parte superior del ícono a la línea base del logotipo

ELEMENTO RECURRENTE

- Este espacio en blanco garantiza la perfecta lectura del logo, y ningun elemento invadira dicho espacio

2.3cm x 2.3cm

2.7cm x 2.7cm

3.3cm x 3.3cm

USOS CORRECTOS

USOS CORRECTOS

APLICACIÓN CORRECTA

C: 0% M: 33% Y: 53% K: 0%
R: 231% G: 187% B:131%
WEB: #E7BB83

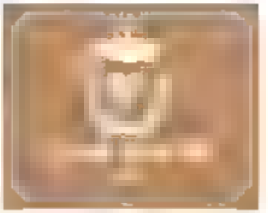
C: 0% M: 9% Y: 40% K: 0%
R: 240% G: 235% B:174%
WEB: #F8EBAE

C: 35% M: 35% Y: 17% K: 0%
R: 173% G: 165% B:184%
WEB: #ADA5B8

C: 0% M: 49% Y: 26% K: 0%
R: 137% G: 166% B:166%
WEB: #EDA6A6

VERSIONES DE COLOR SOBRE FONDO

C: 32% M: 50% Y: 68% K: 0%
R: 170% G: 136% B:98%
WEB: #AA8862



C: 50% M: 70% Y: 80% K: 70%
R: 59% G: 43% B:22%
WEB: #3B2B16

C: 17% M: 100% Y: 99% K: 50%
R: 102% G: 20% B:18%
WEB: #661412

C: 38% M: 87% Y: 100% K: 10%
R: 135% G: 69% B:29%
WEB: #87451D

COMPONENTE DE LA
MARCHA

USOS INCORRECTOS

- No se debe cambiar el color al logotipo

- No se debe cambiar el color al logotipo

- No se debe cambiar la fuente tipografica.

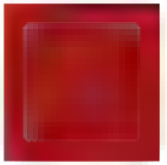
- No se debe superponer el logotipo al isotipo

- No se le puede dar perspectiva

- No usar sombra paralela dura

PALETA DE COLO

- Es un color caliente un color fuerte que evoca una serie de emociones y se asocia al color del grano de café Y para transmitir que la cafetería es un ambiente cálido.

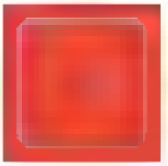


C: 35% M: 100% Y: 100% K: 17%
R: 160% G: 24% B: 25%
WEB: #881C1D

- Pusimos un color beige para así transmitir a través de nuestro logotipo tranquilidad, calma, relajación

C: 0% M: 53% Y 33% K 0%
R: 246% G: 189% B: 130%
WEB #E7BB83

- Pusimos este color porque se relaciona con el amor que es uno de nuestros conceptos.



C: 0% M: 89% Y: 78% K 0%
R: 228% G: 73% B: 57%
WEB: #C54A3B

TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA

- Se utilizo la tipografía Neon 80s por que al tener curvas se ve como una tipografía mas juvenil moderna y dinámica que la anterior

NEON 80s

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P
Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r
s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

love break
café

APLICACIÓN DE LA MARCA

FRONTIS

APLICACIÓN DE LA MARCA

- UNIFORME

  El diseño para el uniforme es de acuerdo a los colores corporativos y un color de complemento.

- Mandil

- Tasa

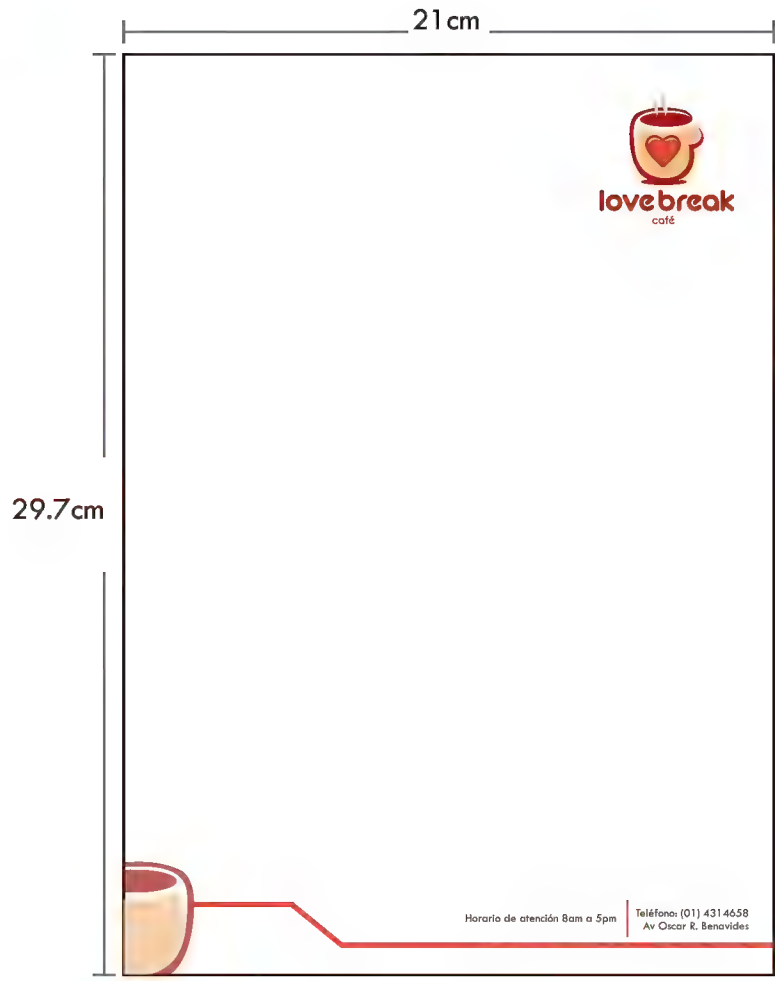
MERCHADESING

- Bolsa

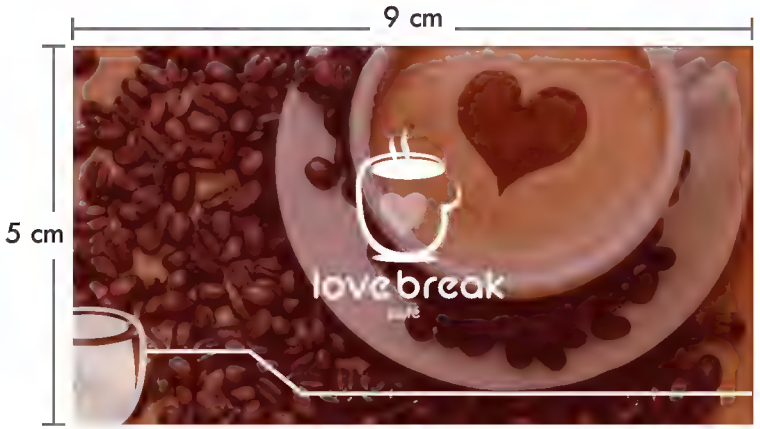
- Posavaso

PAPELERÍA CORPORATIVA

- HOJA MEMBRETADA



TARJETA CORPORATIVA



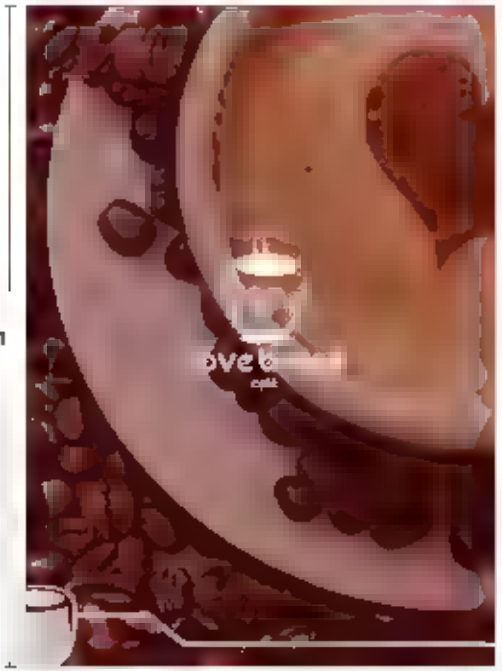
TIRA

RETIRA

SOBRE A4

22.9 cm

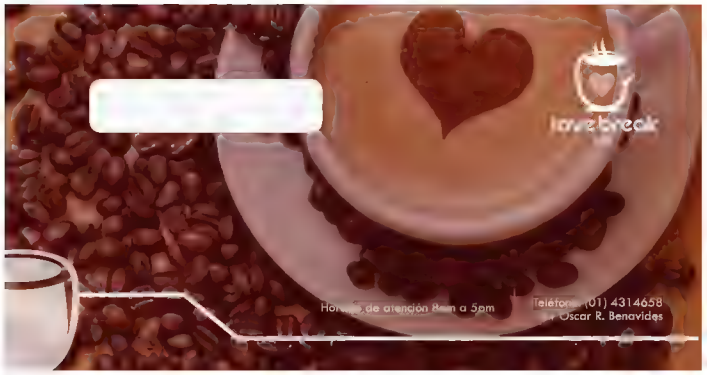
32.4cm



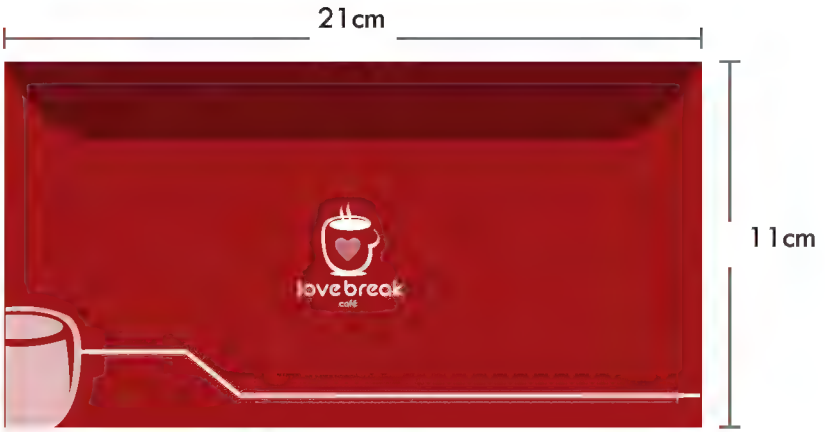
TIRA

RETIRA

SOBRE AMERICANO



TIRA

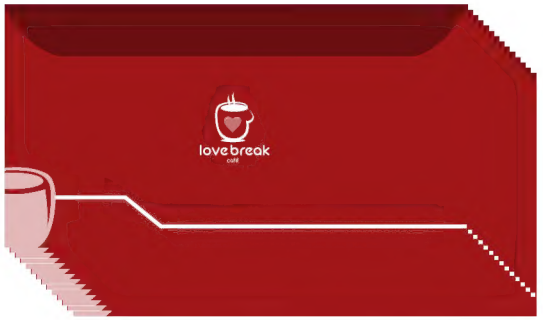


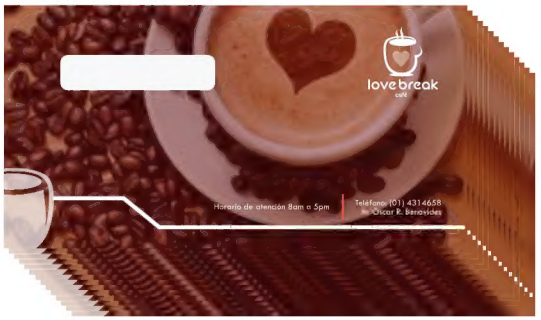
RETIRA

CARPETA CORPORATIVA

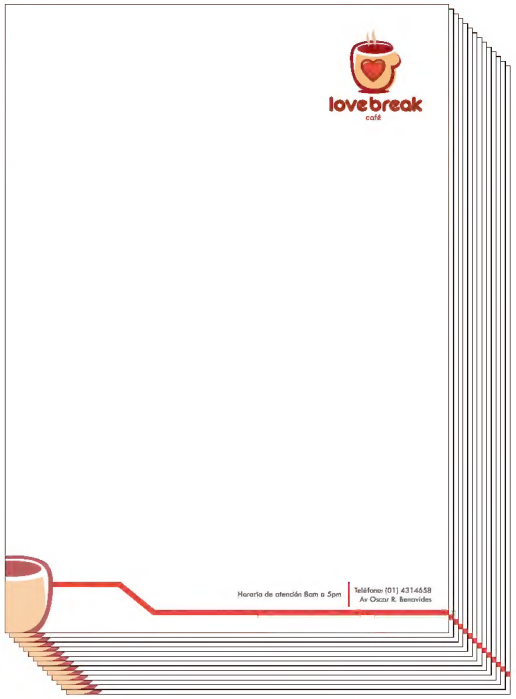
APLICACIÓN DE PAPELERÍA

PAPELERÍA CORPORATIVA





PAPELERÍA CORPORATIVA



PAPELERÍA CORPORATIVA